



ETIKETT GES. GESCH.
Abb. 35. Weinetikett

bedeutung hinaus zu einem kleinen Kunstwerk wird, an dem jeder Empfängliche seine Freude hat. Für den Auftraggeber ist das von hohem Wert, da der Empfänger so hübscher Sachen sie besonders beachtet, sie sogar meist aufbewahrt und dadurch immer an die Ausgangsstelle erinnert wird.

Mit den Wappen, die Otto Hupp gerne für Exlibris und andere graphische Arbeiten verwendet, kommen wir zu dem Gebiet, auf dem er unbestritten der führende Mann Deutschlands ist. Und zwar sowohl als Forscher und Kenner der Heraldik und Sphragistik wie als gestaltender Heraldiker. Wenn Otto Hupp dafür bekannt ist, daß er alle wesentlichen Staats-, Stadt-, Gemeinde-, Familienwappen kennt (er ist daher heute einer der meist befragten Experten auf diesem Gebiet), so ist das die Folge eines hingebenden Quellenstudiums, einer ordnenden Sammelleidenschaft (er besitzt eine riesige Sammlung, zahlreiche Stücke hat er sich selbst durch Wachsabdrücke von den Originalen gefertigt) und eines geschulten Gedächtnisses. In den Münchener Kalendern, die von 1885 an einundfünfzig Jahre hindurch von Anfang bis Ende in Erfindung und Ausführung Hupps Werk sind, hat er ein Wappenwerk geschaffen, wie es großartiger und anregender nicht zu denken ist. (Abb. 65)

Eine planmäßige Veröffentlichung der deutschen Städtewappen begann Otto Hupp im Jahre 1894 mit dem Werke „Die Wappen und Siegel der deutschen Städte, Flecken und Dörfer“. Er führte es in Einzelheften unter großen persönlichen Opfern fort, allerdings in langen Zeiträumen. Die kleine Auflage von 400 Stück und der verhältnismäßig hohe Preis ließen nur einen sehr beschränkten Empfängerkreis zu. Daß dieses Wappenwerk sich zu einem Riesenunternehmen entwickelte und eine Verbreitung gefunden hat wie kaum ein anderes druckrisches Werk dieses Jahrhunderts, ist der Kaffee Hag zu danken. Sie ging 1911 bereitwilligst auf den damals sehr kühnen Vorschlag der „Brücke“, des internationalen Instituts zur Organisation der geistigen Arbeit, ein, die Huppschen Wappen als Reklamebilder herauszubringen. Der Erfolg war unvorstellbar groß. Bis 1914 waren mehr als 200 000 Sammelhefte und über 68 Millionen Wappen verteilt. Die Neuauflage nach dem Kriege hat bis 1938 weitere 240 000 Sammelhefte mit 80 Millionen Wappenmarken erreicht. Damit hat Kaffee Hag eine Kulturtat allerersten Ranges vollbracht. Die mustergültige Wiedergabe der prachtvollen Huppschen Wappenzeichnungen (bis jetzt sind es 281), seit 1938 arbeitet der Meister an den Wappen der Ostmark und des Sudetengaus mit ungefähr 700 Wappen), die genauen heraldischen und stadtgeschichtlichen Angaben